

ABSTRAK

Logo terbaru Asuransi Jiwa Bersama Bumiputera 1912 yang memiliki slogan “*proven over time*” merupakan logo yang menggambarkan secara garis besar budaya perusahaan dalam kepeduliannya terhadap masyarakat Indonesia. Tujuan penelitiannya adalah untuk mengetahui makna pesan yang ingin disampaikan perusahaan ditinjau dari simbol-simbol, warna dan tipografi yang digunakan untuk menyampaikan pesan logo yang menjadi wajah baru Asuransi Jiwa Bersama Bumiputera 1912.

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian interpretatif kualitatif. Metode penelitian yang digunakan adalah analisis semiotika yang didasarkan pada pandangan Ferdinand De Saussure. Semiotika adalah pengkajian tanda-tanda, pada dasarnya merupakan sebuah studi atas kode-kode, yaitu sistem apapun yang memungkinkan kita memandang entitas-entitas tertentu sebagai tanda-tanda atau sebagai sesuatu yang bermakna. Objek penelitian yaitu logo terbaru AJB Bumiputera 1912 dengan slogan “*proven over time*”. Teknik pengumpulan data dengan analisis teks media, wawancara dan dokumentasi. Teknik analisa data adalah semiotika komunikasi yang bersifat kualitatif. Validitas data yang digunakan adalah dengan menggunakan teknik sembilan formula. Sembilan formula digunakan untuk memperkuat penafsiran.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa logo terbaru Asuransi Jiwa Bersama Bumiputera 1912 dengan slogan “*proven over time*” merupakan logo yang mempunyai makna tertentu. Interpretasi makna logo ini terbagi menjadi beberapa elemen. Makna secara keseluruhan dalam logo terbaru Asuransi Jiwa Bersama Bumiputera 1912 dengan slogan “*proven over time*” adalah sebuah logo yang merepresentasikan suatu semangat dan motivasi baru Asuransi Jiwa Bersama Bumiputera 1912 untuk melakukan perubahan dan peningkatan kinerja dalam memulai persaingan dengan perusahaan-perusahaan asuransi lainnya yang saat ini semakin global, pencapaian yang sangat berharga dengan dipercayanya Asuransi Jiwa Bersama Bumiputera 1912 ditengah masyarakat Indonesia sampai saat ini, serta membuktikan kredibilitasnya sebagai perusahaan asuransi di Indonesia yang memiliki konsep mutualitas antara tiga pemangku kepentingan perusahaan, yaitu pemegang polis, karyawan, dan pemerintah atau negara. Logo ini terlihat memiliki simbol-simbol sederhana namun modern yang menggambarkan kepercayaan, kekuatan, mencerminkan karakter tradisional Indonesia yang merupakan *corporate identity* dari Asuransi Jiwa Bersama Bumiputera 1912 yang melekat erat sebagai perusahaan asuransi nasional pertama Indonesia yang masih menjunjung tinggi nilai-nilai budaya yang dimiliki.